

# PERANCANGAN MEDIA INFORMASI THE BLANCO RENAISSANCE MUSEUM UBUD BALI

Sony Prasetya Wanandi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya, 60236

Email: sony.wanandi@gmail.com

## Abstrak

Perancangan Media Informasi The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali

The Blanco Renaissance Museum adalah museum seni terkemuka di kawasan Ubud Bali. Museum ini sudah dikenal luas oleh para wisatawan dalam dan luar negeri. Tetapi museum ini kurang memperhatikan penerapan media informasi, sehingga membuat banyak pengunjung museum mengeluhkan problem ini karena mereka tidak mendapatkan cukup informasi saat mereka berkunjung di museum ini. Apabila problem ini tidak dapat ditanggulangi, akan berakibat pada menurunnya tingkat kepuasan pengunjung museum ini.

Penelitian ini berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan di atas, melalui perancangan media informasi dengan berbagai pertimbangan desain agar bisa menjadi media yang informatif dan juga menarik.

**Kata kunci:** museum, media informasi, promosi, wisata, Antonio Blanco, Bali.

## Abstract

*The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali's Information Media Design*

*The Blanco Renaissance Museum is the leading art museum in Ubud area of Bali. This museum is well known by the foreign and local tourists. But the museum has a low attention towards the application of information media, hence this condition makes many museum visitors complained regarding the problem because consequently they will not get enough information when they visit the museum. Surely this problem if not addressed, will result in reduced levels of the museum's visitors' satisfaction.*

*This study seeks to provide a solution to the problems above, through the design of information media with various design considerations so a media that is informative and interesting can be produced.*

**Keywords:** museum, information media, promotion, tourism, Antonio Blanco, Bali.

## Pendahuluan

The Blanco Renaissance Museum merupakan sebuah museum seni lukis yang didirikan pada tahun 1998 dengan kerja sama antara Raja Ubud, Tjokorda Gde Agung Sukawati dan Don Antonio Blanco. Museum ini terletak di Bukit Campuhan, Ubud, Bali. The Blanco Renaissance Museum memamerkan kurang lebih 300 lukisan dari Don Antonio Blanco dari awal karirnya hingga lukisannya yang terakhir. Museum merupakan tempat yang digunakan untuk menyimpan sekaligus memamerkan benda – benda yang dinilai memiliki nilai historis, edukatif, artistik, benda – benda yang layak untuk mendapatkan perhatian khalayak umum. Museum sendiri selain menjadi tempat wisata potensial, juga bisa berperan sebagai

sarana edukasi atau pembelajaran alternatif. Museum dapat mengedukasi para pengunjung dengan menyampaikan informasi – informasi rinci yang berkaitan dengan benda – benda yang dipamerkan di museum tersebut. Dengan demikian, para pengunjung bisa mendapatkan nilai lebih dari kunjungannya, selain mendapatkan pengalaman menikmati nilai estetis dari lukisan – lukisan yang ada di The Blanco Renaissance Museum, pengunjung juga mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai lukisan – lukisan dan karya seni yang sedang mereka saksikan di The Blanco Renaissance Museum. Sayangnya, media komunikasi visual informatif di The Blanco Renaissance Museum masih kurang memadai dalam memberikan informasi yang lengkap bagi para pengunjung museum. Banyak pengunjung

yang mengeluhkan kurangnya informasi yang mereka dapatkan saat berkunjung dari media- media seperti, katalog lukisan, brosur, *museum directory map*, dan masih banyak lagi. Hal ini dapat dilihat dari ulasan pengunjung tentang kurangnya media informasi museum yang terbit di situs *Tripadvisor* sampai awal tahun 2013. Terdapat 20 dari 93 ulasan membahas tentang kurangnya media informasi museum. Berikut ini adalah kutipan dari beberapa ulasan yang menyinggung mengenai kurangnya media informasi yang ada di The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali.

*“The overall review was great, they have many great facilities, but they need to improve the information for someone who knows very little of art, I really need some info to guide me.”* (Jameson, 2012, para. 1).

*“Quite a bizarre museum – terribly indulgent of course. But most definitely worth a visit if only to gawk. More infos displayed will be nice.”* (Guillaume, 2012, para. 2).

*“Overall, the museum is worth visiting but I can’t get enough information of the painting, like the story behind it, etc. I hope they can make some improvements on the information media.”* (Dara, 2012, para. 3).

Sangat disayangkan apabila museum yang sudah memiliki fasilitas penunjang sebaik The Blanco Renaissance Museum tidak memiliki sarana informasi yang dapat mengakomodir kebutuhan para wisatawan secara maksimal. Selain itu, dengan kurangnya media komunikasi visual informatif, fungsi edukasi The Blanco Renaissance Museum juga tidak dapat berjalan secara baik.

Dengan penggunaan media informasi yang baik dan variatif dapat mengakomodasi para wisatawan dengan pengetahuan dan juga wawasan yang ingin mereka dapatkan saat berkunjung di The Blanco Renaissance, sehingga para pengunjung bukan hanya menikmati lukisan tersebut secara visual namun juga memahami setiap lukisan yang dipamerkan secara lebih mendalam. Dengan memahami secara lebih mendalam, para pengunjung museum akan bisa mengenal karya Antonio Blanco sekaligus bisa mengapresiasi dengan lebih baik, karena tanpa memahami kita tidak bisa mengapresiasi sesuatu dengan maksimal.

## Metode Penelitian

Dalam proses perancangan media informasi ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk menunjang keberhasilan perancangan ini, baik dalam mengumpulkan data maupun dalam menganalisis data itu sendiri.

## Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian dengan metode observasi melalui berbagai media baik cetak maupun non cetak, seperti internet dan dengan metode wawancara juga digunakan pada metode ini.

### Data Primer

#### a. Interview dan wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan struktur bebas dalam arti pertanyaan tidak tersusun secara sistematis dan formal. Wawancara akan dilakukan pada para ahli seni lukis dan pekerja yang beraktivitas di The Blanco Renaissance Museum, pengelola dari The Blanco Renaissance Museum, dan juga Bapak Mario Blanco yang merupakan putra Antonio Blanco yang juga berprofesi sebagai pelukis profesional.

#### b. Observasi lapangan secara langsung

Secara langsung penulis datang ke tempat yang akan dijadikan objek perancangan. Setelah itu, penulis mengamati secara langsung objek perancangan dan mengumpulkan data – data yang diperlukan.

#### c. Kuisisioner

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kertas yang berisi daftar pertanyaan seputar fakta, pendapat, atau sikap, informasi, dan persepsi diri yang diberikan pada *audience*. Metode ini digunakan dengan harapan memperoleh tujuan yang relevan dengan tujuan survei, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin (Singarimbun & Effendi 131-2)

### Data Sekunder

#### a. Kepustakaan

Metode ini adalah dengan cara mengkaji informasi melalui media – media cetak seperti koran, buku, majalah, maupun jurnal. Ini termasuk teknik observasi secara tidak langsung.

#### b. Internet

Metode ini dilakukan dengan penelitian terhadap data yang ada lewat jaringan internet. Data tersebut biasanya berupa artikel atau komentar – komentar seseorang secara subjektif.

#### c. Dokumentasi Data

Metode dokumentasi data yang dilakukan penulis adalah dengan mengumpulkan dokumen dengan memotret, mencatat, mengamati, dan sejenisnya. Dokumentasi ini berupa buku, gambar, foto, dan arsip.

## Metode Analisis Data

Setelah diperoleh data-data yang dibutuhkan, tahap selanjutnya adalah analisis data. Pada tahap ini, data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang diajukan dalam penelitian. Menyimpulkan kebenaran data untuk sementara waktu sering juga disebut dengan sintesis.

#### a. Metode Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), kesempatan atau peluang untuk peningkatan (*opportunity*), ancaman (*threat*). Metode ini

dilakukan dengan membandingkan media informasi yang digunakan di The Blanco Renaissance Museum dengan museum - museum lainnya yang ada baik di Bali, maupun yang berada di luar Bali secara umum. Dari analisa tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan media informasi yang digunakan di The Blanco Renaissance museum sehingga bisa ditemukan solusi masalah dan juga bentuk media informasi yang tepat guna.

### Konsep Perancangan

Konsep perancangan yang akan digunakan adalah menggunakan media seperti buku fotografi, katalog museum, brosur, panduan museum, media informasi alternatif, *signage* dan lain lain dengan tujuan untuk mengakomodasi pengunjung museum dengan pengetahuan dan informasi yang memadai. Konsep perancangan ini akan memiliki karakter visual yang bernuansa modern untuk memberikan kesan yang segar dan juga baru, namun tetap memiliki nilai – nilai tradisi yang dimiliki oleh The Blanco Renaissance Museum, sehingga karya desain yang dihasilkan adalah media yang informatif dan juga menarik.

### Pembahasan

#### Tujuan Kreatif

Dalam membuat sebuah media informasi untuk para pengunjung The Blanco Renaissance Museum, selain informatif dan berwawasan, juga membutuhkan desain yang baik dan menarik. Tujuan kreatif dari perancangan media informasi The Blanco Renaissance Museum, yaitu untuk menciptakan sebuah media komunikasi visual yang informatif sekaligus menarik bagi para pengunjung The Blanco Renaissance Museum.

#### Strategi Kreatif

Mengakomodir kebutuhan informasi pengunjung The blanco Renaissance Museum dengan media informasi yang terpadu, sehingga memudahkan para pengunjung The Blanco Renaissance Museum pada saat berkunjung di dalam museum.

#### Gaya Penampilan Grafis

Gaya desainnya akan terinspirasi dengan gaya desain *simplicity* modernisme yang mengedepankan fungsi dari suatu benda yang dipadukan dengan gaya *renaissance* yang merupakan gaya arsitektur dari museum ini, yang akan dipadukan dengan pengaplikasian beberapa ornamen dalam jumlah yang secukupnya sehingga tidak merusak kesan modern yang ingin ditonjolkan pada media – media yang akan dirancang.

#### Target Audiens

##### a. Demografis

- Usia : 20 – 25 tahun
- Gender : Pria dan wanita

- Pendidikan : Bebas
- Status Pernikahan : Menikah dan *single*
- Ekonomi Sosial : Golongan menengah atas

##### b. Geografis

Secara geografis, targetnya adalah orang – orang dari seluruh dunia yang sedang berkunjung di The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali.

##### c. Psikografis

Orang – orang yang suka mempelajari hal – hal baru, orang yang mengapresiasi dunia seni lukis, orang yang mengapresiasi museum, memiliki ketertarikan terhadap objek wisata seni dan budaya, dan memiliki ketertarikan terhadap informasi - informasi tentang karya – karya seni lukis.

##### d. Behavioral

Wisatawan domestik maupun mancanegara yang memiliki hobi *travelling*, suka mendatangi museum seni, suka mengamati lukisan, senang belajar dan mencari tahu.

### Pemilihan Media

Perencanaan strategi media merupakan hal yang penting. Perencanaan strategi media termasuk diantaranya berupa identifikasi khalayak sasaran yang dituju, pemilihan media yang digunakan, dan penetapan waktu untuk jadwal media. Strategi media adalah cara untuk menjawab tujuan media yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, strategi media yang digunakan adalah melakukan seleksi media dan menentukan media utama dan penunjang sebagai media informasi bagi para pengunjung The Blanco Renaissance Museum. Berikut ini adalah media – media yang akan diproduksi :

##### a. Wayfinding

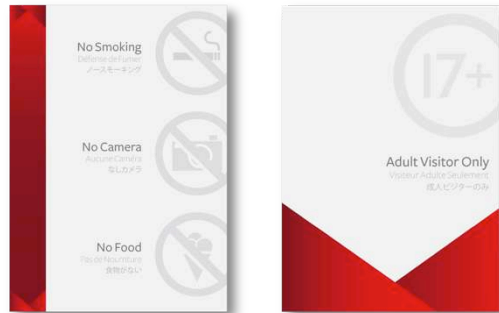


Gambar 1. Desain Modulasi Wayfinding

##### b. Signage



Gambar 2. Desain Modulasi Signage A5



**Gambar 3. Desain Modulasi Signage A4**

*c. Exhibit Information*



**Gambar 4. Desain Exhibit Information**

*d. Museum Maps*



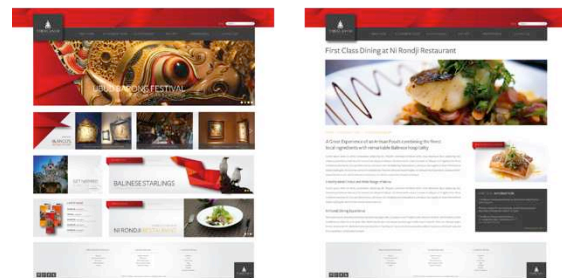
**Gambar 5. Desain Museum Maps**

*e. Brosur*



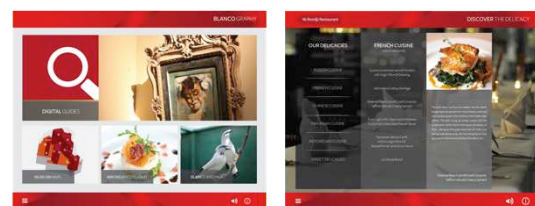
**Gambar 6. Desain Brosur**

*f. Website*



**Gambar 7. Desain Homepage Website**

*g. Mobile Application*



**Gambar 8. Tampilan Mobile Application**

*h. Visitor Kit*

Visitor kit merupakan elemen – elemen yang akan diterima oleh para pengunjung The Blanco Renaissance Museum untuk mereka gunakan selama kunjungan di The Blanco Renaissance Museum. Visitor kit terdiri dari tiket masuk, brosur, kupon minuman gratis di restoran, museum guide and information booklet, penanda khusus untuk

pengunjung dewasa (usia di atas 17 tahun), dan peta museum yang akan dikemas secara menarik dan efisien sehingga memudahkan saat dibawa oleh pengunjung. *Visitor kit* ini dimaksudkan untuk memberi kemudahan – kemudahan bagi para pengunjung selama di dalam museum dengan informasi – informasi penting yang memadai.



**Gambar 12. Desain Adult Label**



**Gambar 9. Desain Tiket Museum**



**Gambar 13. Desain Visitor's Quick Guide**



**Gambar 10. Desain Voucher Minuman**



**Gambar 11. Desain Kemasan Minuman**

#### i. Corporate Identity

*Corporate identity* selain berfungsi sebagai identitas sebuah perusahaan, *corporate identity* juga mampu memberikan informasi yang cukup penting. Misalnya kartu nama bisa memberikan informasi kontak museum tersebut, name tag pemandu bisa memberi anda informasi mengenai siapa yang sedang memandu anda. Selain itu, *corporate identity* juga bisa membangun sebuah citra positif pada klien dan calon klien bila didesain dengan baik. Perubahan *image* suatu institusi pun akan lebih baik bila juga diimplementasikan ke dalam *corporate identity* yang pihak institusi miliki, karena bisa mendukung perubahan tampilan secara lebih maksimal. Beberapa *corporate identity* yang akan dibuat antara lain :



**Gambar 14. Desain Kop Surat**





**Gambar 15. Desain Amplop Korporat**



**Gambar 16. Desain Staff ID Card**



**Gambar 17. Desain Business Card**

## Kesimpulan

Selain memiliki nilai yang menarik wisatawan, museum yang baik adalah museum yang mampu memberikan nilai edukasi dan juga wawasan kepada setiap pengunjungnya. Memberikan informasi dan

juga wawasan yang memadai berkenaan dengan benda – benda seni yang tengah dipamerkan dalam museum merupakan salah satu fungsi utama sebuah museum. Sebagian besar pengunjung museum datang dengan memiliki ekspektasi mereka bisa mendapatkan ilmu pengetahuan dan juga wawasan baru mengenai benda yang sedang dipamerkan di museum tersebut. Bila fungsi sebuah museum berjalan dengan baik maka museum tersebut dapat dikatakan telah memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada para wisatawan. Dengan memberikan layanan terbaik, kepercayaan dan juga nama baik mampu diraih sebuah museum. The Blanco Renaissance Museum merupakan museum seni utama yang terletak di kawasan Ubud Bali dan koleksi lukisannya telah dikenal luas oleh masyarakat Bali, Indonesia, maupun dunia.

Sayangnya dalam penelitian ini, ditemukan adanya permasalahan dalam hal penyampain informasi di dalam kawasan museum. Sehingga hal ini menurunkan kemampuan The Blanco Renaissance Museum dalam memberikan pelayanan yang optimal. Untuk mengatasi masalah ini, penulis melakukan perancangan sebuah media informasi yang mampu mengakomodir kebutuhan wisatawan yang sedang berkunjung di The Blanco Renaissance Museum. Perancangan media informasi ini juga akan membantu merejuvenasi *image* museum yang lama menjadi *image* baru yang modern, dinamis, dan juga berkelas.

Perancangan media informasi The Blanco Renaissance Museum meliputi pembuatan peta area museum, *sign system*, *wayfinding*, *signage*, *museum map*, *visitor kit*, *corporate identity*, rancangan *website*, rancangan *mobile application*, dan juga *exhibit information*. Diharapkan dengan perancangan ulang ini, kebutuhan para wisatawan akan informasi selama mereka berkunjung di The Blanco Renaissance Museum akan mampu terpenuhi, selain itu juga bisa memberikan kesan yang positif dengan citra museum yang baru.

## Ucapan Terima Kasih

Puji syukur pertama-tama penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas rahmat dan berkatNya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Seni dari jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang selama ini telah mengambil peran penting sehingga dapat terselesaikannya pengerjaan tugas akhir ini. Penulis yakin bahwa tanpa bantuan dan campur tangan mereka, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa

terima kasih secara langsung kepada pihak – pihak berikut ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat karunia-Nya yang senantiasa membimbing dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengerjakan tugas akhir dengan sebaik – baiknya.
2. Bapak Drs. I Wayan Suwandi, M.Si selaku pembimbing pertama yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam pengerjaan tugas akhir ini
3. Bapak Alvin Raditya Sutopo, S.Sn. selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
4. Bapak Andrian Dektisa Hagijanto, S.Sn, M.Si, dan Bapak Obed Bima Wicandra, S.Sn M.A. selaku tim penguji yang telah memberikan banyak masukan dan juga kritikan untuk menyempurnakan tugas akhir yang penulis buat, sehingga menghasilkan tugas akhir yang memiliki nilai guna dan juga kualitas yang baik.
5. Bapak Drs. Made Mario Blanco selaku pemilik dan pengelola The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan kegiatan riset dan dokumentasi.
6. Seluruh pihak dari The Blanco Renaissance Museum Ubud Bali yang telah memberikan informasi yang sangat membantu penulis untuk penyelesaian tugas akhir ini.
7. Orang tua tercinta yang selalu mendukung baik moral maupun material, selalu menyemangati tanpa mengenal lelah, dan mendoakan yang terbaik bagi penulis sehingga tugas akhir dapat dikerjakan dengan baik.
8. Lisa Sugijanto Halim dan Yuliana Rositalia sebagai saudara – saudara terbaik yang selalu memberikan dukungan terbaik bagi penulis dan selalu ada untuk memberikan bantuan, saran, kritik, dan dorongan moril.
9. Sienny Taniwijaya, S.E. yang telah memberikan banyak bantuan selama proses pembuatan tugas akhir dengan menjadi penerjemah konten tugas akhir ke dalam Bahasa Jepang.
10. Vonny Taniwijaya, Denise Kusuma, Vincentius Michael, yang telah menjadi teman terbaik yang menjalani suka dan duka bersama dalam proses pengerjaan. Menjadi sahabat yang selalu ada di samping penulis, memberikan semangat dan dukungan satu sama lain, mengerjakan semua tugas dengan kompak, menjadi keluarga kecil baru dan memberikan kenangan terbaik yang tak ternilai harganya.

11. Segenap dosen dan staff pengajar di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.  
Rosabella Chandra, Ditta Chaspuri, Jessica Widjanarko Wilianto, Maria Renata Sulisty, Arnold Pratama Halim, dan Eileen Tania Wijaya sebagai teman selama bimbingan tugas akhir dan teman-teman yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

## Daftar Pustaka

- "Art Gallery - The Don Antonio Art Foundation." *Art Gallery - The Don Antonio Art Foundation*. n.d. 20 Januari 2013.  
<<http://www.blancobali.co.id/art-gallery.htm>>
- "Arti dan Fungsi Museum Mpu Tantular", *Epochtimes*. 2007. n.d. 17 Januari 2013,  
<[www.epochtimes.co.id](http://www.epochtimes.co.id)>
- "Bali Museum – Indonesia Museum – Painting Gallery – Ubud Bali – Don Antonio Blanco Museum", *Don Antonio Blanco Museum*, n.d. 7 Januari 2013,  
<<http://blancomuseum.com/index.html>>.
- Danilov, Victor J. *Museum Carrers and Training : A Professional Guide. United States of America : Greenwood Press*, 1994.
- "Don Antonio Blanco Museum, Ubud." *Trip Advisor*. n.d. 30 Desember 2012.  
<[http://www.tripadvisor.com.au/Attraction\\_Review-g297701-d1028742-Reviews-Don\\_Antonio\\_Blanco\\_Museum-Ubud\\_Bali.html](http://www.tripadvisor.com.au/Attraction_Review-g297701-d1028742-Reviews-Don_Antonio_Blanco_Museum-Ubud_Bali.html)>.
- Follis, John dan Dave Hammer. *Architectural Signing and Graphics*. New York: Whitney Library of Design, 1979.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1995.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, edisi kelima, Jilid I, Trans. Bob Sabran, M.M. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, edisi milenium I, Trans. Bob Sabran, M.M. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, Singapore : Prentice Hall Inc. 2003
- Mann, Richard. *Treasures of Bali a Guide To Museums in Bali*. Jakarta: Gateway Books International, 2006.
- "Pengertian Museum", *Techonly*. 2009. n.d. 4 Juli 2009, <[www.techonly13'sBlog.com](http://www.techonly13'sBlog.com)>
- Probоекso. "Definisi Museum", *Blogspot*. 2009. n.d. 20 Maret 2009,  
<[www.proboyekso.blogspot.com](http://www.proboyekso.blogspot.com)>
- Sarojini, *Concealed Secrets In The Museum Buildings of Ubud Bali*. Jakarta: Gramata Publishing, 2010.
- Singarimbun, Masri & Effendi Sofian. *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 1986.

- The Encyclopedia Americana*. New York: Americana, 1971.
- Tharkelsen, Anette dan Sorensens Anders, "Tourist Ways of Reading and Relating to Guidebooks", *The Journal of Tourism Studies* 16.1 (May 2005): 50-63. *The Art Book*. London: Phaidon Press Limited, 1994.
- Wenzel, Patrick. *Signage Planning Manual*. Huenstetten: Lulu, 2004.
- "Wisata Bali", *Wisata Bali*. n.d. 12 Desember 2012. <<http://wisatabali2010.wordpress.com/museum-renaissance-antonio-blanco/>>.